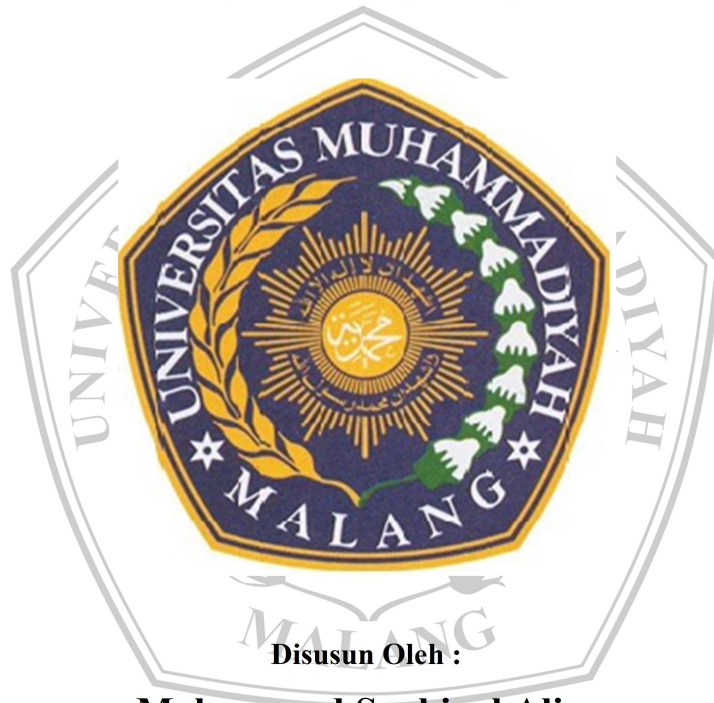


PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP

(Studi Kasus : WJS Tulungagung)

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Akademik
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik



Disusun Oleh :

Mohammad Syahirul Alim

201310140311153

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2019

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP
(STUDY KASUS : WJS Tulungagung)



Disusun Oleh :
MOHAMMAD SYAHIRUL ALIM
201310140311153

Menyetujui dan Mengesahkan :

Malang, 23 November 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Annisa Kesv Garside., ST., MT.
NIP: 108.9909.0344

Teguh Baroto, ST., MT.
NIP. 108.9704.0340

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



Husainudin, Ph.D.
NIP: 108.0203.0364

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Muhammadiyah Malang maupun di Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan naskah dengan menyebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidaksamaan dalam pernyataan ini, maka saya menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 22 November 2019
Yang membuat pernyataan



Mohammad Syahirul Alim

201310140311153

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala atas Berkah, Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya, sehingga penyusunan Skripsi yang telah terselesaikan dengan judul “PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP” sebagai persyaratan akademik untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan Tugas Akhir banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT. Sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan kemudahan-Nya kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Dian Sasongko dan Ibu Ellyais. Terimakasih untuk segalanya yang telah mendo'akan dan memberikan dukungan dalam segala bentuk kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tanggung jawab saya. Semoga dengan pencapaian saya ini dapat menjadi awal untuk membalas segala kebaikan yang Ayah dan Ibu berikan yang tidak dapat dinilai dalam bentuk apapun. InsyaAllah kebaikan Ayah dan Ibu akan dibalas oleh Allah Subhanahu Wata'ala dan semoga Ayah dan Ibu sehat selalu serta selalu dalam lindungan Allah. Aamiin.
3. Untuk kedua dosen pembimbing saya, Ibu Annisa Kesy G, dan Bapak Teguh Baroto. Terimakasih untuk semua bimbingannya selama ini, semoga Ibu Bapak sehat selalu dan dalam lindungan Allah dan Insya Allah ilmu yang Ibu Bapak ajarkan akan sangat berguna bagi saya dikemudian hari. Aamiin
4. Untuk seluruh dosen dan karyawan Teknik Industri UMM. Terimakasih karena sudah menjadi orangtua kedua saya selama di Malang. Terimakasih sudah mendidik saya selama ini. Insya Allah semua kebaikan Bapak dan Ibu dibalas oleh Allah Subhanahu Wata'ala. Aamiin
5. Untuk Bapak Jakfar pembimbing dalam penelitian saya serta pihak-pihak dari WJS berkah yang telah memberikan izin untuk dapat melakukan penelitian disana. Terimakasih arahan dan bimbingannya selama saya melakukan penelitian hingga penyelesaian tugas akhir ini.

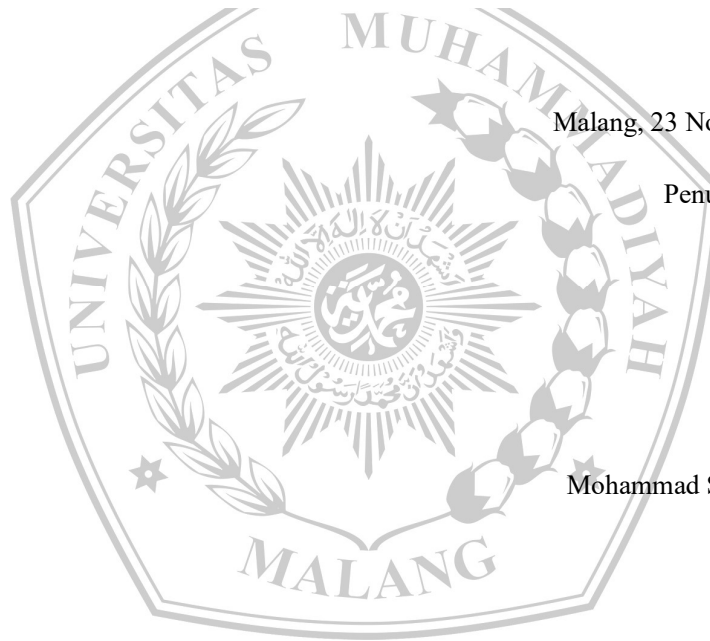
6. Untuk teman – teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sudah mendukung dan menghibur saat sedang suntuk dan membuat pembeda ketika dibutuhkan. Semoga gelar dan pencapaian saya dapat berguna bagi semua
7. Dan untuk beberapa orang yang tidak dapat saya cantumkan, semoga kita selalu sehat dan dalam lindungannya untuk dapat melanjutkan aktivitas masing-masing dan semoga bahagia.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua dan semoga apa yang telah diusahakan ini bisa bermanfaat bagi banyak orang. Aamiin.

Malang, 23 November 2019

Penulis

Mohammad Syahirul Alim



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	
Lembar Pengesahan Skripsi.....	
Lembar Asistensi Skripsi.....	
Berita Acara Ujian.....	
Surat Pernyataan Keaslian.....	
Surat Keterangan Pengambilan Data dari Perusahaan.....	
Form Cek Plagiarisme.....	
Kata Pengantar.....	i
Abstrak.....	iii
<i>Abstract</i>	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
1.5 Batasan Masalah.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Definisi Pemasaran.....	4
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	5
2.3 Keputusan Pembelian.....	6
2.3.1 Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	7

2.3.2 Tipe Perilaku Konsumen Dalam Pembelian	9
2.4 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFAS) dan Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFAS)	10
2.4.1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	10
2.4.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal	13
2.5 Analisis SWOT	15
2.5.1 Matriks SWOT	16
2.5.2 Diagram SWOT	18
2.6 <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	19
2.6.1 Prinsip Dalam Menyusun <i>Analytical Hierarchy Process</i>	20
2.6.2 Langkah-Langkah dan Prosedur Analisis Hierarki	21
2.6.3 Menetapkan Prioritas	23
2.6.4 Konsistensi	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 <i>Flow Chart</i> Penelitian	27
3.2 Penjelasan <i>Flow Chart</i>	28
3.2.1 Survey Perusahaan	28
3.2.2 Identifikasi Masalah	28
3.2.3 Tujuan Penelitian	28
3.2.4 Studi Literatur	28
3.2.5 Pengumpulan Data	28
3.2.6 Pembuatan Matriks IFAS dan EFAS	29
3.2.7 Matriks TOWS Perusahaan	29
3.2.8 Pembuatan Diagram Kartesius SWOT	29
3.2.9 Pembuatan Matriks AHP	30
3.2.10 Penentuan Prioritas Strategi	30

3.2.11 Analisa Pembahasan	30
3.2.12 Kesimpulan dan Saran	31
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	32
4.1 Kondisi Perusahaan	32
4.2 Pengumpulan Data	32
4.2.1 Data Primer	32
4.2.1 Data Sekunder	33
4.3 Analisa SWOT	33
4.3.1 Peluang dan Ancaman Perusahaan	35
4.3.2 Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan	36
4.4 Pengolahan Data	37
4.4.1 Matrik SWOT	47
4.5 Diagram Kartesius SWOT	50
4.6 Penentuan Prioritas Strategi Dengan Metode AHP	52
4.6.1 Penyusunan Struktur Hirarki	52
4.6.2 Pengolahan Kuisioner	53
4.6.3 Matrik Perbandingan Berpasangan	54
4.6.4 Uji Konsistensi	55
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN	57
5.1 Identifikasi Faktor Eksternal	57
5.2 Identifikasi Faktor Internal	58
5.3 Pembobotan Faktor – Faktor Eksternal Dengan AHP	58
5.3.1 Bobot Faktor Eksternal	59
5.3.2 Uji Konsistensi	60
5.4 Pembobotan Faktor – Faktor Internal Dengan AHP	60
5.4.1 Bobot Lokal Faktor Internal	61

5.4.2 Bobot Global Faktor Internal	61
5.4.3 Uji Konsistensi	61
5.5 Penentuan Prioritas Strategi Agresif Dengan <i>Analitycal Hirearchy</i>	
<i>Process</i> (AHP).....	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	64
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65



DAFTAR TABEL

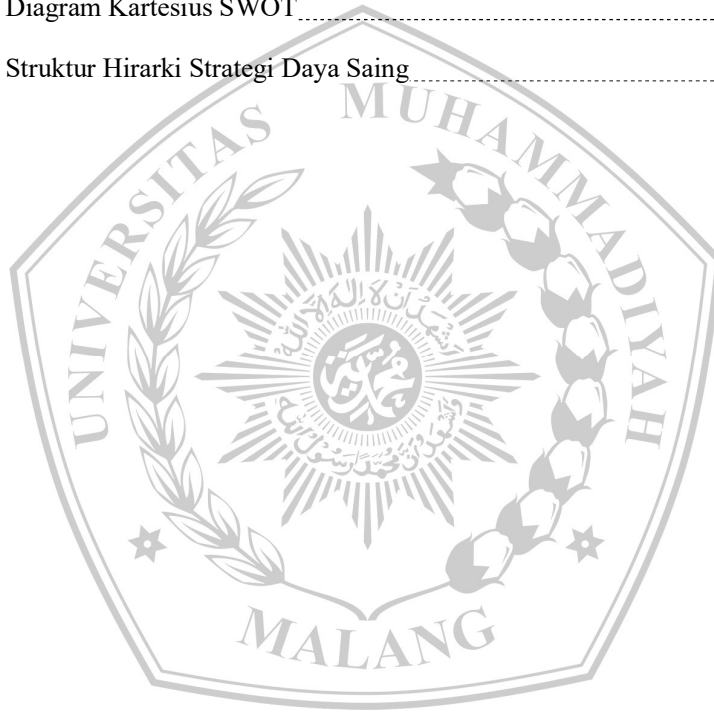
Tabel 2.1 Contoh Matriks EFAS	12
Tabel 2.2 Contoh Matriks IFAS	14
Tabel 2.3 Matriks SWOT	17
Tabel 2.4 Matrik Perbandingan Berpasangan	23
Tabel 2.5 Skala Banding Berpasangan	24
Tabel 2.6 <i>Random Consistensi Index</i>	25
Tabel 4.1 Matrik Perbandingan Berpasangan	37
Tabel 4.2 Matriks Prioritas	38
Tabel 4.3 Matriks Perbandingan Subkriteria Peluang	38
Tabel 4.4 Matriks Prioritas Subkriteria Peluang	38
Tabel 4.5 Matriks Perbandingan Subkriteria Ancaman	39
Tabel 4.6 Matriks Prioritas Subkriteria Ancaman	40
Tabel 4.7 Bobot Global Subkriteria Peluang	41
Tabel 4.8 Bobot Global Subkriteria Ancaman	41
Tabel 4.9 Faktor Strategi Eksternal	41
Tabel 4.10 Matrik Perbandingan Berpasangan	43
Tabel 4.11 Matriks Prioritas	43
Tabel 4.12 Matriks Perbandingan Subkriteria Kekuatan	43
Tabel 4.13 Matriks Prioritas Subkriteria Kekuatan	44
Tabel 4.14 Matriks Perbandingan Subkriteria Kelemahan	45
Tabel 4.15 Matriks Prioritas Subkriteria Kelemahan	45
Tabel 4.16 Bobot Global Subkriteria Kekuatan	46
Tabel 4.17 Bobot Global Subkriteria Kelemahan	46
Tabel 4.18 Faktor Strategi Internal	47
Tabel 4.19 Matrik SWOT	48

Tabel 4.20 Hasil Penyebaran Kuisisioner	54
Tabel 4.21 Matriks Perbandingan Berpasangan Prioritas Strategi	55
Tabel 5.1 Identifikasi EFAS Terhadap Stakeholder	57
Tabel 5.2 Bobot Faktor Strategi Eksternal	58
Tabel 5.3 Bobot Faktor Strategi	60
Tabel 5.4 Bobot dan Peringkat Alternatif Strategi	62
Tabel 4.20 Hasil Penyebaran Kuisisioner	54
Tabel 4.21 Matriks Perbandingan Berpasangan Prioritas Strategi	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram SWOT	18
Gambar 2.2 Sistem hierarki	23
Gambar 3.1 <i>Flow Chart</i> Penelitian	27
Gambar 3.1 Diagram Matriks SWOT	30
Gambar 4.1 Struktur Hirarki EFAS	37
Gambar 4.2 Struktur Hirarki IFE	42
Gambar 4.3 Diagram Kartesius SWOT	51
Gambar 4.4 Struktur Hirarki Strategi Daya Saing	53



DAFTAR LAMPIRAN

Data Responden	66
Kuisoner I	67
Contoh Pengisian Kuisoner	68
Kuisoner II	79



DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Michael. 2006. *Human Resource Management Practice*. London; Kopan Page
- David, Fred R. 2010. *Manajemen Strategi*, Edisi 12. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*, Edisi Millenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*, Jilid 2, Jakarta : PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2000. *Dasar – Dasar Pemasaran*, Edisi 6, Terjemah Wilhelmus W Bakowaton, Jakarta :Intermedia,
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Rangkuti, F. 2000. *Teknik Membuat Perancangan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur – Unsur Pemasaran*, Cetakan ketiga, Bandung : Linda Karya
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran*. Ahli Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid 1. Edisi 10. Jakarta : Erlangga.
- Swastha, B. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*; Yogyakarta: BPFE
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management In Action*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang Telp. (0341) 464318, 464319, 460948, 460948
Fax (0341) 460782 Malang 65144

FORM CEK PLAGIARISME LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : MOHAMMAD SYAHIRUL ALIM

NIM : 201310140311153

Judul TA : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP

Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

No.	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal Plagiarisme (%)	Hasil Cek Plagiarisme (%) *
1.	Bab 1 – Pendahuluan	10 %	5 %
2.	Bab 2 – Landasan Teori	25 %	1 %
3.	Bab 3 – Metodologi Penelitian	30 %	18 %
4.	Bab 4 – Pengumpulan Pengolahan Data	30 %	9 %
5.	Bab 5 – Analisa dan Pembahasan	15 %	6 %
6.	Bab 6 – Kesimpulan dan Saran	5%	0 %
7.	Jurnal	20%	8 %

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

(Annisa Kesy G, S.T., M.T.)

Dosen Pembimbing II

(Teguh Baroto, ST., MT)

Menyetujui,

Koordinator TA



(Ikhlasil Amallynda, S.T., M.T.)